

<<大道至简>>

图书基本信息

书名：<<大道至简>>

13位ISBN编号：9787500442226

10位ISBN编号：750044222X

出版时间：2004-3

出版时间：中国社会科学出版社

作者：刘革著

页数：201

字数：100000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<大道至简>>

### 内容概要

中国加入WTO以后，许多中国企业都在考虑如何较快地、低成本地创造出有美誉度、有信用的强势品牌，去参加国际大竞争，抗衡国际品牌的冲击。全社会都在思考这个问题。

本书作者在长达十余年的品牌规划工作中，根据中国企业的具体运作情况，结合国际优秀的创作方法系统，提出“品牌战略规划”理论，以“大设计概念”帮助企业在品牌的创建及成长过程中有效地解决实际问题，较快地、低成本地建立强势品牌系统。

在与一此行业协会有关人士的交流中，他们希望作者将有关品牌方面的独特观点，以及如何较快地、低成本地建立有美誉度、有信用的强势品牌的实际点缀，与中国的企业界人士分享从而降低品牌制造的成本，让中国企业尽快成长，尽快参与国际竞争，上述原因促成了本书的出版。

<<大道至简>>

作者简介

刘革，毕业于中央民族学院美术系。

1992年服务于北京亚洲电视剧制作中心；

1993年任广州金马广告有限公司首席创意；

1994-1995年在广州麦肯·光明广告有限公司任艺术总监（国际4A广告公司）；

1996-1998年在上海奥美广告有限公司广州分公司任艺术总

## <<大道至简>>

### 书籍目录

第一章 中国品牌实战思考录——刘革谈品牌 让品牌从企业中生长出来 强势品牌建设的低成本之道 品牌战略规划之大设计概念 产品市场和资本市场的品牌价值互动 我们关注的要点 三言两语之刘革第二章 追求卓越·爱心香雪——香雪品牌跃升之道 “疫”风乍起广州 非典型事件：抢购香雪 放弃国际4A，选择香雪制药 低投入：打造香雪品牌的共识 打造品牌，从改造名称开始 爱心香雪，跃动人性之美 形象拒绝拷贝 好点子就在市场上 策略与个性让产品出彩 以大设计概念优化环境 香雪品牌战略规划总结 香雪品牌战略规划作品第三章 人与自然的合一——用文化塑南山旅游大品牌第四章 健康生命·欢乐如歌——高起点打造莱泰制药国际品牌第五章 和谐美好·理想家园——丽江花园开新天第六章 让政府机构形象深入人心——FIC品牌规划概要第七章 与诚意握手——东鑫制药包装设计简述附录一 视觉设计札记——太阳神及其他附录二 读图——学术交流

#### 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>